

TELECOMUNICAÇÕES Prevista para julho de 2016, o governo diz que a mudança será gradual de 2015 a 2018

União adia prazo para fim do sinal analógico

Medida tomada para evitar apagão das redes de televisão é vista pelo mercado como um adicional no impasse envolvendo a licitação da faixa do 4G

SÃO PAULO

O governo alterou, em decreto publicado no *Diário Oficial da União* ontem (30), o prazo para que as emissoras de televisão usem apenas sinal digital para transmitir imagem e som. Previsto inicialmente para junho de 2016, o desligamento total do sinal analógico de TV foi adiado para dezembro de 2018. A ação fomenta ainda as discussões sobre como a faixa de 700 mega-hertz (MHz), prevista para o ano que vem, impactará o mercado.

Segundo a publicação do DOU, o processo de desligamento obrigatório da TV analógica começará em 1º de janeiro de 2015 e será gradual. Segundo o ministro das comunicações, Paulo Bernardo, a medida foi tomada para evitar uma mudança brusca no

sistema. “Em vez de fazer o apagão da TV analógica em uma única data, em 2016, vamos fazer escalonado, a partir de 2015”, disse o ministro, lembrando que haverá dois testes antes da mudança final. “Vamos ter que definir com o setor e com as localidades para fazer o teste, para ver se a cidade está preparada”, disse.

O novo decreto prevê ainda que “a transmissão digital de sons e imagens incluirá, durante o período de transição, a veiculação simultânea da programação em tecnologia analógica”.

Após o fim do prazo, os canais utilizados para transmissões analógicas serão devolvidos à União. E também que a concessão de outorgas para a exploração dos serviços em tecnologia analógica ocorrerá até 31 de agosto

deste ano para os serviços de radiodifusão de sons e imagens; e até três anos antes do desligamento do sinal na respectiva localidade – obedecendo o prazo final de 31 de dezembro de 2018 – para os serviços de retransmissão de televisão. O novo decreto ressalva, porém, que, “quando não houver canal de radiofrequência disponível para a concessão, o Ministério das Comunicações poderá autorizar a transmissão do sinal digital no mesmo canal analógico já outorgado ou a execução do Serviço de Retransmissão de Televisão (RTV) em tecnologia digital por concessionária do serviço de radiodifusão”.

Impasse do 4G

A mudança de estratégia do governo federal acontece em meio às discussões a respeito de como será licitada a faixa de 700 MHz, hoje usada por redes de televisão,

para as operadoras de telefonia instalarem a tecnologia 4G. Com a transferência do sinal analógico para o digital, será possível mais emissoras ocuparem o mesmo espaço do espectro, favorecendo a liberação da faixa, que se estende dos canais 52 a 69 UHF. Com a perspectiva de licitação da faixa em 2014, especialistas ouvidos pelo DCI afirmam que o assunto ainda é espinhoso e a repercussão

deve ficar ainda maior quando as filiadas à Rede Globo entrarem na discussão sobre a saída do espectro. “Além de uma discussão ampla sobre quem arcará com os custos da saída das redes de televisores do espectro há ainda a discussão de como será dividido o espaço”, disse Roberto Junqueira, professor de Tecnologia da Informação da Universidade Federal do Paraná, lembrando que pelo menos 200 empresas de canal televisores com foco municipal já

estão se organizando para cobrar uma postura decisiva do governo.

O presidente da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), João Batista de Rezende, garantiu em audiência pública no mês passado, que o remanejamento acontecerá sem danos às empresas que hoje utilizam a faixa. Entre as faixas alocadas nesse espectro há, por exemplo, canais públicos, como a TV Câmara.

Mas o presidente da Anatel reafirmou que nenhuma emissora será prejudicada e que haverá uma quantidade de mega-hertz destinada à segurança pública, ainda não definida. “Se algum radiodifusor for prejudicado porque ele tem que ser remanejado ou não vai ter o seu serviço, nós vamos ter que licitar menos quantidade de espectro para preservar também a radiodifusão”.

A briga por essa faixa, segundo Junqueira, tem motivos para acontecer. “Essa faixa é ideal para o serviço móvel de telecomunicação, pois alcança grandes distân-

cias com menos antenas”, disse.

TV por assinatura

A receita operacional bruta da TV por assinatura pode fechar 2013 com variação de R\$ 26 bilhões a R\$ 28 bilhões, segundo estimativa da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA). No primeiro trimestre do ano, esse valor foi de R\$ 6,5 bilhões. Esse montante representa um crescimento de 15,7% ante a 2012.

A ABTA informou que o número de domicílios com TV por assinatura pode fechar 2013 com 18,5 milhões de assinantes, segundo cálculos da associação. O presidente da ABTA, Oscar Vicente Simões, disse que é difícil chegar aos 20 milhões de assinantes em meio ao cenário econômico.

► Colaboração: Colaborou Igor Reis

PAULA CRISTINA | AB

Publicamos 2.063 reportagens sobre

TELECOMUNICAÇÕES

www.dci.com.br

www.panoramabrasil.com.br

DCI

Quarta-feira, 31 de julho de 2013

COMÉRCIO

A9

VAREJO

Carmen Steffens anuncia entrada no setor de vestuário

Com 250 lojas, a marca especializada em calçados premium investiu US\$ 10 milhões na nova operação e prevê crescer dois dígitos este ano

SÃO PAULO

O sonho de ter uma grife *premium*, inspirada nas marcas italianas, fez com que o empresário Mario Spaniol fundasse, em 1993, a Carmen Steffens. Especializada na comercialização de sapatos e acessórios como bolsas para mulheres (seu principal público-alvo), a marca parte agora para uma nova empreitada: a venda de artigos de vestuário.

Com investimento de US\$ 10 milhões e dois anos de estruturação até o lançamento oficial, a Carmen Steffens passa a disponibilizar um portfólio de roupas para seus 2,5 milhões de clientes que leva o nome de *Maison CS*, conforme afirmou o presidente da rede exclusivamente ao DCI. “Temos milhões de clientes que amam o DNA da marca, por isso vamos lançar em agosto roupas para essas consumidoras”, disse. Em um primeiro momento, a grife colocará à venda 300 modelos diferentes por trimestre e a tendência é que isso seja ampliado posteriormente.

A inserção oficial no setor de

vestuário com a marca *Maison CS* começa no mês de agosto. Este ano, 17 lojas da rede serão reformuladas para que as roupas ganhem destaque dentro do ponto de venda, explicou o executivo. “Em 2013 serão 17 lojas da rede que receberão arquitetura e decoração diferenciadas, com design moderno para valorizar as roupas, os calçados e as bolsas. Em 2014 serão 50 novas franquias com espaços entre 70 e 100 metros quadrados, que serão inauguradas exclusivamente para comercializar a *label*, além de nossos licenciados em cidades menores”, explicou Spaniol.

Com isso, ao longo de dois anos, a Carmen Steffens pretende aumentar seu faturamento em 30%, índice esse que incrementará os R\$ 750 milhões previstos para este ano. Mario Spaniol, quando questionado sobre a desaceleração do varejo, ao que tudo indica, não acredita que suas operações sejam afetadas, uma vez que a marca cresceu dois dígitos em 2012. “Ano passado crescemos 38%”, disse ele.

Seguindo os passos da sua operação calçadista, na qual a empresa produz os sapatos, as bolsas e acessórios como pulseiras, as roupas *Maison CS* terão 50% de produção própria e o restante será de produtos importados e de confecção terceirizada. A criação

ficará por conta da equipe de estilista que desenha os sapatos da grife desde a sua fundação. Mas essa não é a primeira iniciativa da rede neste ano. Ao lançar a última coleção de sapatos e bolsas, a Carmen Steffens incluiu em seu portfólio de produtos relógios e óculos de sol, produtos estes importados.

A grife faz a sua inserção no segmento de vestuário em um período positivo ao setor. Pesquisa realizada pelo Ibope Inteligência apontou que os consumidores

estão em um cenário de inflação e preços mais altos, pretende gastar, em média, R\$ 786 com vestuário este ano. A média nacional de 2012 foi de apenas R\$ 670. Entre os potenciais consumidores está a classe A e B, os dois nichos em que a grife atua.

A classe A, por exemplo, tem potencial de consumo estimado em R\$ 15 milhões. Já na B, o Ibope identificou que esse valor chega a R\$ 51 milhões.

Calçados

A Carmen Steffens é uma das principais marcas de luxo de calçados no País e iniciou suas operações como indústria fornecedora de couro e calçados em 1993.

Após três anos (1996), a marca abriu suas primeiras lojas de fábrica, atendendo assim uma demanda crescente. Como o sucesso foi rápido, em 1998 a grife pas-



Mario Spaniol

sou a estruturar seu nome para expandir por meio de franquias.

Segundo Mario Spaniol, presidente da marca que atende ao público A e B, apenas 12 são próprias, o resto são franquias que estão espalhadas pelo Brasil e em países como: Estados Unidos, Portugal, Espanha, Chile, Austrália, África de Sule e outros mais.

A rede tem em seu portfólio 3.600 modelos de sapatos, 1.400 bolsas, além de acessórios como óculos, relógios, pulseiras. Spaniol explicou ao DCI que os produtos vendidos aqui são os mesmos ofertados aos consumidores estrangeiros, a única diferença entre as operações é a consolidação da marca, processo esse em andamento no exterior. “No Brasil somos consolidados e nos outros mercados estamos construindo a marca, mas a coleção é a mesma”, disse ele. Ainda segundo o executivo, a perspectiva de faturamento das lojas para este ano é de R\$ 750 milhões, índice este superior 18% na comparação com 2012. “Vamos abrir lojas este ano em Miami e Panamá. Teremos também uma nova unidade em Santiago, Los Angeles e mais 25 operações no Brasil”, argumentou. Nesta quinta-feira (1), Orlando, recebe uma operação da grife.

FLÁVIA MILHASSI

Publicamos 4.839 reportagens sobre

VAREJO

www.dci.com.br

www.panoramabrasil.com.br

na passada estimaram seu crescimento entre 3% a 4% apenas no período.

Segundo a entidade, artigos eletrônicos, livros e perfumes devem ser os principais presentes escolhidos. Além disso, destaca, os produtos de beleza e os cosméticos têm ganhado espaço. “O ingresso masculino nesse mercado, com produtos cada vez mais específicos, é um dos fatores que impulsionam a demanda, além do custo mais acessível que atrai público cada vez maior”, diz a entidade, em nota.

A expectativa é de que o Dia dos Pais aumente também a frequência nas praças de alimentação dos shoppings, apontou a entidade.

AE

SHOPPING CENTER

Vendas aumentam 8% no 1º semestre, aponta Abrasce

SÃO PAULO

As vendas em shopping centers tiveram alta de aproximadamente 8% no primeiro semestre deste ano ante o mesmo período do ano anterior, segundo informou o presidente da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), Luis Fernando Veiga.

O executivo participou ontem (30) de painel no Brasil Retail Week, evento ocorrido em São Paulo. A Abrasce divulga seus números oficiais sobre as vendas em shoppings nos próximos dias.

O presidente da entidade afirmou ainda que as perspectivas para este ano são positivas, mesmo com o cenário de desaquecimento do consumo das famílias devido a fatores econômicos. “Estamos passando por uma chuva, mas temos otimismo”, comentou. Ele disse ainda que a perspectiva é de inauguração de 41 novos shoppings este ano, que se somarão aos 465 que existem hoje. Em 2012, foram inaugurados 27 empreendimentos, recorde do setor.

Ainda com o grande número de inaugurações previstas, Veiga afirmou que não há excesso de espaços vagos, sem procura de locatistas. “Nossa taxa de vacância é de 2,2% este mês, isso é praticamente uma vacância técnica”.

Dia dos pais

As vendas nos shopping centers brasileiros devem crescer 7% por conta do Dia dos Pais de 2013 na comparação com 2012, de acordo com a Abrasce, indo na contramão das lojas de rua que nasema-

Notas

VAREJO

Confiança do comércio tem primeiro avanço em 13 meses

SÃO PAULO // O humor dos empresários do comércio mostrou sinais conflitantes em julho, é o que mostrou a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) ao divulgar seu Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec). No mês, o Icec subiu 0,6% em julho ante julho do ano passado – a primeira elevação em mais de um ano, nessa comparação, e revertendo ante junho de 2012 queda de 1% observada no mês passado. Mas, ao mesmo tempo, o indicador mostrou desempenho negativo em outras comparações.

BALANÇOS

IDV projeta crescimento de 9% no varejo em agosto

SÃO PAULO // As projeções do IAV (Índice Antecedente de Vendas), estudo realizado mensalmente pelo Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV), apontam uma recuperação e estimam alta de 6,6% em julho. Para os meses subsequentes, também é esperada aceleração, com crescimento real de 9% em agosto e 11,3% em setembro, sempre na comparação com os mesmos meses de 2012. O índice divulgado ontem (30) pela entidade também destacou uma recuperação no crescimento real no conceito mesmas lojas a partir de julho.

CONSUMO

Preços altos impactaram compras no mês de julho

SÃO PAULO // Pesquisa realizada pela Hibou, empresa de pesquisa e monitoramento de mercado, apontou que 47% dos consumidores apertaram o cinto, deixando de adquirir produtos devido à subida de preços em julho. Destes, 54% citaram os alimentos e mesmo neste frio 20% deixaram também de comprar alguma peça de roupa devido aos aumentos. Dos 54% que citaram alimentos, temos o tomate que voltou ao topo da lista, seguido de carne (17%), leite (13%) e feijão (11%).

AGÊNCIAS

ABIMDE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAIS DE DEFESA E SEGURANÇA
Av. Paulista, 460 - 17º andar - Conj. B - CEP: 01310-000 - Bela Vista - São Paulo/SP - Fone/Fax: (11) 3170-1860
Consultamos as possíveis empresas que comercializem os produtos: **Pacote de assalto – P-Biguá, composto de pacote propriamente dito, sistema de soldura rápida e bolsa estanque**, a se manifestarem, com a devida comprovação, em até 5 (cinco) dias úteis, após a divulgação deste informe, nos termos de nossa Norma de Emissão de Declaração de Exclusividade. No caso de até o fim deste prazo não houver qualquer manifestação em contrário, serão expedidas as Declarações de Exclusividade. São Paulo, 31 de Julho de 2013.

EPL Ministério dos Transportes
Empresa de Planejamento e Logística

GOVERNO FEDERAL BRASIL PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

AVISO DE LICITAÇÃO
Pregão Eletrônico nº 18/2013

A EMPRESA DE PLANEJAMENTO E LOGÍSTICA S/A - EPL, torna pública a abertura do Pregão Eletrônico nº 18/2013, cujo objeto é a contratação de empresa para o fornecimento de solução de sistema de informação geográfica, contendo licenças, treinamento e serviço de gestão da base de dados geográfica, com garantia de 34 (trinta e quatro) meses de atualização de software. A abertura das propostas está prevista para o dia 12/08/2013, às 09:30 horas, no sítio: www.comprasnet.gov.br. O Edital está disponível na Área de Licitações da EPL, situada no SCS, Quadra 09, Lote “C”, 8º andar, Torre “C”, Complexo Parque Cidade Corporate, CEP: 70308-200-Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, no horário das 09:00 às 12:00 e das 14:00 às 18:45 horas ou sem ônus por meio dos sítios www.comprasnet.gov.br ou www.epl.gov.br.

ELENICE S. SOUSA SANTOS
Pregoeira